

https://doi.org/10.5281/zenodo.20028424

دور منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة العمل التطوعي بين الشباب

" دراسة ميدانية"

The role of social media platforms in promoting a culture of volunteerism among youth : A field study

راضية محمد على المعدانى
محاضر / كلية الفنون والاعلام /جامعة الجفارة
Radihe.m.2007@aju.edu.ly
https://orcid.org/0009-0004-7981-0715

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز ثقافة العمل التطوعي ومفهومه لدى الشباب. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، من خلال دراسة ميدانية شملت عينة قوامها 250 شابًا وشابة من مدينة طرابلس والمناطق المجاورة لها، وتم جمع البيانات باستخدام الاستبيان، ثم تحليلها إحصائيًا بالاعتماد على التكرارات والنسب المئوية.

وقد أظهرت النتائج أن شبكات التواصل الاجتماعي تؤدي دورًا مهمًا في نشر ثقافة العمل التطوعي وترسيخ قيمه بين الشباب، كما تسهم في رفع مستوى الوعي بالمبادرات المجتمعية والقضايا الإنسانية. ومع ذلك، بيّنت النتائج وجود فجوة واضحة بين الوعي النظري والممارسة الفعلية، إذ لا ينعكس هذا التأثير الرقمي دائمًا في مشاركة واقعية في الأنشطة التطوعية.

كما كشفت الدراسة عن عدد من التحديات التي تحد من فاعلية هذه الشبكات، من أبرزها ضعف مصداقية بعض المحتوى، وسيطرة الطابع الترفيهي، وغياب الإطار المؤسسي المنظم. وفي ضوء ذلك، توصي الدراسة بتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي بصورة استراتيجية ومنظمة، وتعزيز دور المؤسسات التعليمية والمجتمعية في دعم العمل التطوعي، إلى جانب تصميم حملات رقمية تستهدف الشباب وتساعد على تحويل الوعي إلى سلوك تطوعي فعلي.

الكلمات المفتاحية :شبكات التواصل الاجتماعي، العمل التطوعي، الشباب، الوعي بالتطوع، المشاركة المجتمعية.

Abstract

https://doi.org/10.5281/zenodo.20028424



This study examines the role of social media in promoting the culture and concept of volunteer work among youth. The study adopted a descriptive approach and was conducted through a field survey of 250 young men and women in Tripoli and surrounding areas. A questionnaire was used for data collection, and the data were analyzed using frequencies and percentages.

The findings show that social media plays an important role in spreading volunteer culture and reinforcing its values among youth. It also contributes to increasing awareness of community initiatives and humanitarian issues. However, the results revealed a clear gap between awareness and actual practice, as digital influence does not always lead to real participation in volunteer activities.

The study also identified several challenges that reduce the effectiveness of social media, including weak credibility of some content, the dominance of entertainment-oriented material, and the absence of institutional coordination. Accordingly, the study recommends the strategic and organized use of social media, stronger support from educational and community institutions, and the design of targeted digital campaigns that help transform awareness into actual volunteer behavior.

Keywords: social media, volunteering, youth, volunteer awareness, community engagement.

المقدمة

شــهد العالم خلال العقدين الأخيرين تحولات عميقة في أنماط الاتصــال والتفاعل الاجتماعي، نتيجة الانتشــار الواســع للإنترنت وظهور شـبكات التواصـل الاجتماعي. وقد أصـبحت هذه الشـبكات من أبرز الفضـاءات الرقمية تأثيرًا في تشـكيل الوعي العام وتوجيه السلوك الفردي والجماعي، لا سيما بين الشباب الذين يمثلون الفئة الأكثر اسـتخدامًا وتفاعلًا مع هذه الوسـائل. وقد أتاح هذا التحول فرصًــا جديدة لتعزيز القيم الاجتماعية والإنســانية، وفي مقدمتها قيمة العمل التطوعي بوصـــفه أحد المرتكزات الأساسية للتنمية المستدامة والتماسك الاجتماعي.

وفي ظل التحديات الاجتماعية والاقتصادية التي تواجه المجتمعات المعاصرة، بات من الضروري تفعيل دور الشباب في العمل التطوعي بوصفهم طاقة قادرة على إحداث التغيير الإيجابي. ولم يعد العمل التطوعي محصورًا في أشكاله التقليدية، بل اتسعت مجالاته بفضـل شـبكات التواصـل الاجتماعي التي سـهلت الوصـول إلى المبادرات، ونشـرت ثقافة التطوع، وعززت المشـاركة المجتمعية من خلال الحملات الرقمية والتوعية التفاعلية والتواصل المباشر بين الأفراد والمؤسسات.

ومن هذا المنطلق، تمثل شــبكات التواصـــل الاجتماعي أداة اســـتراتيجية يمكن توظيفها في تعزيز مفهوم العمل التطوعي لدى الشـــباب، لما تمتلكه من قدرة على التأثير في الاتجاهات وبناء المواقف الإيجابية نحو خدمة المجتمع. غير أن هذا الدور لا يخلو من تحديات، تتصـــل بمصـــداقية المحتوى، ومســـتوى الوعي الرقمي، وأنماط الاســـتخدام التي قد تنحرف أحيانًا عن الأهداف التنموية إلى غايات ترفيهية أو استهلاكية.

https://orcid.org/0009-0001-5066-998X

https://doi.org/10.5281/zenodo.20028424

وانطلاقًا من ذلك، تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز مفهوم العمل التطوعي لدى الشباب، من خلال دراسة ميدانية تحلل طبيعة هذا التأثير، وتقيس مدى إسهام هذه الشبكات في تنمية الوعي التطوعي وتحفيز المشاركة الفعلية، وتحدد أبرز المعوقات، وتقترح سبلًا لتطوير هذا الدور بما يتناسب مع الواقع المعاصر.

مشكلة الدراسة

على الرغم من الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي وما تمتلكه من قدرة على نشر المعلومات وتعزيز القيم الاجتماعية، فإن مدى إسهامها الفعلي في ترسيخ مفهوم العمل التطوعي لدى الشباب ما يزال محل تساؤل. فكثير من المحتوى المتداول يتناول المبادرات الإنسانية وحملات التطوع، إلا أن هذا التفاعل الرقمي لا يعني بالضرورة تحوله إلى مشاركة ميدانية حقيقية.

كما يظهر تباين واضح بين الخطاب الداعم للتطوع على هذه المنصات وبين مستوى المشاركة الفعلية للشباب في الأنشطة التطوعية. ويثير ذلك تساؤلات حول طبيعة هذا التأثير: هل تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في بناء وعي حقيقي ومستدام بأهمية التطوع، أم أنها تنتج تفاعلًا سطحيًا مؤقتًا لا يتجاوز الإعجاب والمشاركة؟

وتتفاقم هذه الإشكالية مع وجود معوقات أخرى، مثل ضعف مصداقية بعض المحتوى، وهيمنة الجانب الترفيهي، وغياب التوجيه المؤسسي المنظم، الأمر الذي يحد من قدرة هذه المنصات على تحقيق أهداف تنموية واضحة. ومن هنا تتمثل مشكلة البحث في محاولة الإجابة عن السؤال الرئيس الآتي: إلى أي مدى تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز مفهوم العمل التطوعي لدى الشباب، وهل ينعكس هذا التأثير على السلوك التطوعي الفعلي؟

أهمية الدراسة

تنبع أهمية الدراسة من بعدين رئيسين:

- **الأهمية العلمية :**تسهم في إثراء الأدبيات المرتبطة بدور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل القيم والسلوكيات الاجتماعية، وبخاصة في مجال العمل التطوعي.
- **الأهمية التطبيقية :**تقدم نتائج يمكن أن تفيد صناع القرار والمؤسسات التربوية والاجتماعية في توجيه استخدام شبكات التواصل نحو تعزيز ثقافة التطوع بصورة أكثر فاعلية.

أهداف الدراسة

1. التعرف على مبررات استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي في مجال العمل التطوعي.
2. تحديد دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بالعمل التطوعي.
3. قياس وعي الشباب بمفهوم العمل التطوعي وأهميته في المجتمع.
4. التعرف على مدى إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة العمل التطوعي بين الشباب.
5. معرفة تأثير الموضوعات المتداولة على مواقف المبحوثين.

https://journal.aju.edu.ly
https://orcid.org/0009-0001-5066-998X

6. تحديد الآثار الإيجابية للقضايا ذات الطابع التطوعي.
7. التعرف على أبرز العقبات التي تحد من تحسين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي.

تساؤلات الدراسة

ينطلق هذا البحث من التساؤل الرئيس الآتي: ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز مفهوم العمل التطوعي لدى الشباب؟ ويتفرع عنه ما يأتي:

1. ما مبررات استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي، وما طبيعة هذا الاستخدام؟
2. ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بالعمل التطوعي؟
3. ما طبيعة المحتوى المتعلق بالعمل التطوعي المتداول عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
4. إلى أي مدى تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة العمل التطوعي بين الشباب؟
5. هل يؤثر التفاعل مع المحتوى التطوعي عبر هذه الشبكات في اتجاهات الشباب نحو المشاركة التطوعية؟
6. إلى أي مدى ينعكس هذا التأثير الرقمي على السلوك التطوعي الفعلي؟
7. ما أبرز المعوقات التي تحد من دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز العمل التطوعي لدى الشباب؟
8. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية مثل الجنس والعمر والمستوى التعليمي؟

الدراسات السابقة

تناولت دراسة حمادة والخفاجي (2019) دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشجيع العمل التطوعي بين طلاب الجامعات، وهدفت إلى قياس العلاقة بين استخدام هذه الشبكات واستجابات الطلاب تجاه التطوع. واعتمدت منهجًا وصفيًا تحليليًا على عينة قوامها 204 طلاب، وأظهرت نتائجها وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية في تشجيع الشباب على التطوع وزيادة مشاركتهم فيه.

كما هدفت دراسة الحارثي (2019) إلى تحديد دور وسائل التواصل الاجتماعي في دعم العمل التطوعي الرقمي في الجامعات السعودية، وتوصلت إلى أن هذه الوسائل تسهم بوضوح في توسيع نطاق العمل التطوعي ونشر المعرفة بفرصه بين الشباب.

وتناولت دراسة حميدية (2015) دور وسائل التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي داخل المنظمات الخيرية، وخلصت إلى أن استخدام النصوص والصور وغيرها من الوسائط يسهم في رفع الوعي بالعمل التطوعي وتحقيق أهداف المؤسسات الخيرية.

أما دراسة الظفري (2024) فقد سعت إلى تحليل دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بالعمل التطوعي لدى الشباب العربي، وأكدت أن هذه المواقع تمثل وسيلة فعالة لنشر ثقافة التطوع، مع بقاء تأثيرها محدودًا ما لم تدعمها أطر تنظيمية ومؤسسية.

https://journal.aju.edu.ly
https://orcid.org/0009-0001-5066-998X



https://doi.org/10.5281/zenodo.20028424

وأشارت دراسة منشورة في المجلة العربية لدراسات الإعلام (2018) إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر في تشكيل مواقف الشباب تجاه العمل التطوعي من خلال تعزيز دوافعهم المعرفية والعاطفية، لكنها لا تضمن دائمًا انتقال هذا التأثير إلى سلوك فعلي.

كما بينت دراسة منشورة في مجلة البحوث الاجتماعية (2023) أن برامج التوعية عبر وسائل التواصل تسهم في زيادة المشاركة، إلا أن ضعف التنظيم ونقص الحوافز يظلان من أبرز العوائق.

التعقيب على الدراسات السابقة

يتضح من الدراسات السابقة وجود اتفاق عام على أن شبكات التواصل الاجتماعي تمثل أداة مهمة في نشر ثقافة العمل التطوعي وتعزيز الوعي به لدى الشباب. وقد أكدت معظم الدراسات دور هذه الشبكات في تسهيل تدفق المعلومات، ودعم المبادرات المجتمعية، وتحفيز الاهتمام بالقضايا الإنسانية.

كما أظهرت بعض الدراسات أن هذه الشبكات أسهمت في توسيع مفهوم التطوع ليشمل أبعادًا رقمية جديدة، لا سيما في البيئات الجامعية. وفي المقابل، أبرزت الدراسات نفسها وجود فجوة بين الوعي والممارسة، إذ إن ارتفاع مستوى الوعي عبر هذه المنصات لا يعني بالضرورة زيادة فعلية في المشاركة التطوعية.

كما أشارت بعض الدراسات إلى تحديات تحد من فاعلية هذه الشبكات، مثل ضعف المصداقية، وسيطرة المحتوى الترفيهي، وغياب التخطيط المؤسسي. وبناءً على ذلك، يتضح أن الدراسات السابقة ركزت بدرجة كبيرة على رفع الوعي، لكنها لم تتناول بما يكفي آليات تحويل هذا الوعي إلى ممارسة مستدامة، ولا سيما في السياق الليبي، وهو ما تبرزه هذه الدراسة.

مصطلحات الدراسة

1. **شبكات التواصل الاجتماعي :**منصات وتطبيقات رقمية تتيح للأفراد إنشاء المحتوى وتبادله والتفاعل عبر الإنترنت، مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام، بما يسهم في بناء العلاقات الاجتماعية والتواصل الفوري.
2. **العمل التطوعي :**نشاط إنساني يقوم به الفرد بإرادته الحرة دون مقابل مادي، بهدف خدمة المجتمع أو مساعدة الآخرين، ويعد من أهم صور التكافل الاجتماعي والمسؤولية المجتمعية.
3. **الشباب :**الفئة العمرية التي تتسم بالنشاط والحيوية والقدرة على التفاعل الاجتماعي، وغالبًا ما تمتد بين 18 و35 سنة.
4. **تعزيز :**تقوية أو تنمية مفهوم أو سلوك معين من خلال التأثير في اتجاهات الأفراد وزيادة وعيهم به.
5. **الوعي التطوعي :**إدراك الفرد لأهمية العمل التطوعي وفوائده على المستويين الفردي والمجتمعي.
6. **المشاركة التطوعية :**مدى انخراط الفرد فعليًا في الأنشطة والمبادرات التطوعية بشكل مباشر أو غير مباشر.

https://journal.aju.edu.ly
https://orcid.org/0009-0001-5066-998X

منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، لملاءمته لطبيعة الموضوع، إذ يساعد في وصف ظاهرة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز مفهوم العمل التطوعي لدى الشباب، وتحليل أبعادها والعوامل المرتبطة بها.

مجتمع وعينة الدراسة

تكوّن مجتمع الدراسة من الشباب المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي في مدينة طرابلس – ليبيا. وقد جرى اختيار عينة عشوائية مكونة من 250 مفردة من كليات جامعة طرابلس وعدد من المراكز والفضاءات الشبابية داخل المدينة. واعتمدت الدراسة الاستبيان أداة رئيسة لجمع البيانات.

الإطار المعرفي

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي من أبرز الظواهر الاتصالية الحديثة، إذ أحدثت تحولًا واضحًا في أنماط التواصل البشري، من التواصل التقليدي إلى التفاعل الرقمي المفتوح الذي يتجاوز الحدود الزمانية والمكانية، خاصة لدى الشباب الذين يمثلون أكثر الفئات استخدامًا لهذه المنصات.

وتُعرَّف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها مجموعة من المنصات الإلكترونية التي تتيح للمستخدمين إنشاء حسابات شخصية والتفاعل مع الآخرين عبر تبادل المعلومات والأفكار والمحتويات المختلفة داخل بيئة افتراضية قائمة على الإنترنت. وهي أيضًا أنظمة تفاعلية تسمح بتكوين علاقات اجتماعية رقمية مبنية على الاهتمامات المشتركة، ما يجعلها أداة مؤثرة في تشكيل التوجهات والسلوكيات الاجتماعية.

وقد نشأ مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي في الأصل داخل علم الاجتماع لتحليل العلاقات بين الأفراد، ثم تطور مع ظهور الإنترنت إلى صورته الرقمية الحديثة. ومع تطور تقنيات الاتصال ووسائل الإعلام الجديدة، انتشرت هذه الشبكات لتصبح وسيلة أساسية للتواصل ونشر المعلومات، وفضاءً افتراضيًا يجمع الأفراد والمؤسسات في إطار رقمي متكامل.

ومن أبرز خصائصها التفاعلية، إذ تسمح بالتواصل المباشر وتبادل الآراء بشكل فوري، كما تمتاز بسهولة الوصول والانتشار الواسع، فضلًا عن طبيعتها متعددة الوسائط التي تجمع بين النصوص والصور والفيديوهات، وهو ما يزيد من قوتها التأثيرية.

أما من حيث الأنواع، فتشمل الشبكات العامة التي تهدف إلى بناء العلاقات الاجتماعية، والشبكات المتخصصة المستخدمة في مجالات محددة مثل العمل والتطوع والأنشطة المجتمعية، إضافة إلى شبكات مشاركة المحتوى التي تعتمد على نشر الصور والفيديوهات، ولها تأثير ملحوظ في القضايا الاجتماعية والإنسانية.

العمل التطوعي ودوره في المجتمع

يُعد العمل التطوعي ظاهرة اجتماعية مهمة تعكس مستوى الوعي والمسؤولية لدى أفراد المجتمع، إذ يسهم في تعزيز قيم التعاون والتضامن، ويشكل ركيزة أساسية لتحقيق التنمية المستدامة، لا سيما في ظل التحديات الاقتصادية والاجتماعية المعاصرة.

ويُعرّف العمل التطوعي بأنه الجهد الذي يبذله الفرد أو الجماعة بإرادتهم الحرة ودون مقابل مادي، بهدف تحقيق منفعة عامة للمجتمع. كما يُنظر إليه بوصفه نشاطًا إنسانيًا غير ربحي يهدف إلى تقديم المساعدة للمحتاجين وتعزيز روح المسؤولية الاجتماعية.

https://doi.org/10.5281/zenodo.20028424

وتكمن أهمية العمل التطوعي في كونه وسـيلة فعالة لتحقيق التنمية الاجتماعية، من خلال تلبية احتياجات المجتمع، خاصـة في المناطق التي لا تتمكن فيها المؤسـسـات الحكومية من تقديم الخدمات الكافية. كما يسـهم في تنمية القيم الإنسانية مثل الإيثار والانتماء، ويعزز الاستقرار الاجتماعي ويقوي الروابط بين أفراد المجتمع.

ويشـمل العمل التطوعي مجالات متعددة، منها المجال الاجتماعي، والصـحي، والبيئي، والتعليمي، والإغاثي، وهو ما يعكس شموليته وارتباطه بمختلف جوانب الحياة.

كما يؤدي دورًا مهمًا في تحقيق التنمية المستدامة، إذ يساهم في تحسين الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والبيئية، ويعزز قدرة المجتمع على مواجهة التحديات، فضلًا عن دوره في تنمية رأس المال الاجتماعي وزيادة التماسك المجتمعي.

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز العمل التطوعي لدى الشباب

شهدت شبكات التواصل الاجتماعي تطورًا كبيرًا جعلها من أكثر الأدوات تأثيرًا في تشكيل توجهات الشباب وسلوكياتهم. ولم تعد هذه الشبكات مجرد وسيلة للترفيه والتواصل، بل أصبحت أداة فعالة لنشر القيم المجتمعية، ولا سيما ثقافة العمل التطوعي، من خلال ما توفره من فرص للتفاعل والمشاركة والترويج للمبادرات الإنسانية.

وتسهم هذه الشبكات في رفع مستوى الوعي بالعمل التطوعي، إذ تتيح الوصول إلى شرائح واسعة خلال وقت قصير، وتساعد في إبراز أهمية التطوع وأهدافه والقيم المرتبطة به. كما تدعم ذلك من خلال المحتوى المتنوع الذي يجمع النصـوص والصـور والفيديوهات، مما يعزز تفاعل الشباب مع رسائل التوعية.

كما تسـاعد شـبكات التواصـل الاجتماعي في تحفيز الشـباب على المشـاركة التطوعية من خلال عرض النماذج الإيجابية والتجارب الناجحة، وتسـهيل التفاعل المباشـر مع المبادرات، سـواء عبر التعليق أو المشـاركة أو الانضـمام، بما يحوّل الاهتمام النظري إلى مشاركة فعلية في بعض الحالات.

وتُسـتخدم هذه الشـبكات كذلك في تنظيم العمل التطوعي وتنسـيقه، عبر الإعلان عن المبادرات وتحديد الأدوار ومتابعة المتطوعين، الأمر الذي يعزز الكفاءة والشفافية والثقة المجتمعية.

ومع ذلك، تواجه هذه الشـبكات تحديات عديدة تحد من فاعليتها، من أهمها ضـعف مصـداقية بعض المحتوى، وسـيطرة الطابع الترفيهي، وضعف التنظيم، إضافة إلى أن التفاعل الرقمي وحده قد لا يكفي لتحويل الوعي إلى سلوك ميداني.

https://orcid.org/0009-0001-5066-998X

https://doi.org/10.5281/zenodo.20028424

نتائج الدراسة:

الجدول رقم (1) يوضح البيانات الديموغرافية للمبحوثين

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	120	48%
أنثى	130	52%
المجموع	250	100%

يتضـــح من نتائج الجدول وجود تقارب في توزيع العينة بين الذكور والإناث، مع تفوق طفيف للإناث، مما يعكس تمثيلًا متوازنًا يسمح بتحليل آراء الفئتين بشكل موضوعي.

1. **العمر**

الفئة العمرية	التكرار	النسبة
18–<25	110	44%
25–<30	80	32%
30–<35	40	16%
35+	20	8%
المجموع	250	100%

تُظهر النتائج أن أغلب العينة من الفئة العمرية (18–25)، مما يعكس تركيز الدراسة على فئة الشباب الأكثر استخدامًا لشبكات التواصل الاجتماعي.

2. **المستوى التعليمي**

المستوى	التكرار	النسبة
ثانوي	60	%24
دبلوم	50	%20
جامعي	110	%44
دراسات عليا	30	%12
المجموع	250	%100

يتبين أن غالبية أفراد العينة من حملة المؤهل الجامعي، وهو ما يعزز من موثوقية الاستجابات نظرًا لارتفاع مستوى الوعي.

3. **الحالة الاجتماعية**

الحالة	التكرار	النسبة
أعزب	170	%68
متزوج	70	%28
أخرى	10	%4
المجموع	250	%100

تُظهر النتائج أن أغلب العينة من غير المتزوجين، وهو ما يتناسب مع طبيعة الفئة العمرية المستهدفة.

4. عدد ساعات الاستخدام

الساعات	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	20	%8
1–<3	70	%28
3–<5	90	%36
5+	70	%28
المجموع	250	%100

تشير نتائج الجدول الى ارتفاع نسبة الفئة التي تستخدم شبكات التواصل من 3 الى 5 ساعات حيث جاءت النسبة (36%) من أجمالي عينة الدراسة مقابل نسبة (8%) للذين يستخدمون الانترنت اقل من ساعة، في حين جاءت نسبة الذين يقبلون على الاستخدام من ساعة الى ثلاث ساعات متساوية مع الذين يقبلون على الاستخدام اكثر من خمسة ساعات بنسبة (28%) وبوجه عام تشير النتائج الى ان الاقدام على استخدام شبكات التواصل يعني اهتمام كافة عينة الدراسة لما تقدمه من إشباعات علمية وفكرية وربما تشكل مصدر اعتماد في البحث عن المعرفة والتخاطب مع الاخرين.

5. المنصة الأكثر استخداماً

المنصة	التكرار	النسبة
فيسبوك	120	%48
إنستغرام	50	%20
تيك توك	40	%16
إكس	20	%8
يوتيوب	10	%4
أخرى	10	%4
المجموع	250	%100

يُلاحظ أن فيسبوك يحتل المرتبة الأولى، وهو ما يعكس طبيعته كمنصة رئيسية في ليبيا تشير نتائج هذا الجدول الى تصدر موقع الفيس بوك في الترتيب الأول بنسبة بلغت (48%) وذلك كوسيلة اتصالية مفضلة لدي المبحوثين وهذا ما اشارت اليه نتائج العديد من الدراسات السابقة والتي خلصت الى تفوق موقع الفيس بوك في الاستحواذ على مختلف فئات الجمهور من خلال

https://orcid.org/0009-0001-5066-998X



https://doi.org/10.5281/zenodo.20028424

الخصـائص المتنوعة والمتعددة التي تتوافر في هذا الموقع، يليها في المرتبة الانية إنستغرام بنسبة 20% ثم تيك توك بنسبة (16%) يليها بقية مواقع التواصل الاجتماعي في مراتب متأخرة

6. هل شاركت في عمل تطوعي؟

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	140	%56
لا	110	%44
المجموع	250	%100

أظهرت نتائج الجدول تصـدر العامل الإيجابي في المشـاركة المجتمعية التطوعية في الترتيب الأول بنسـبة(56%) وذلك ربما من خلال الحملات التوعوية بأهمية العمل التطوعي والانخراط في المؤسـســات ذات النهج التطوعي منها الحركة الكشـفية وجمعيات الهلال الأحمر وغيرها من المؤسسات التطوعية باعتباره مناخ يدعم ويسهم في تنمية وخدمة المجتمع بشكل تطوعي وهي من الخصـــائص ذات القيمة الروحية لدى فئات المجتمع ســواء ذكور كانوا او اناث، وربما يكون لشـبكات التواصـل الاجتماعي نتيجة التعرض الدور الإيجابي في تفعيل الطاقات الشـبابية وتوعيتهم بالظواهر الاجتماعية التي تتطلب العمل الجماعي التطوعي، وفي المرتبة الثانية جاءت نسبة الذين لم يشـاركوا في اعمال تطوعية خيرية بالمجتمع (44%) وهذا مؤشر يفيد بان نسبة كبيرة من عينة الدراسة ربما تفتقر الى التوعية أهمية العمل التطوعي.

المحور الأول: مبررات استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي

العبارة	أوافق	أوافق بشدة	محايد	أعارض	أعارض بشدة
تدعوا الى أهمية العمل التطوعي	100 (40%)	90 (36%)	30 (12%)	20 (%8)	10 %4
تعرض في اعمال التطوع الجماعي	95 (38%)	75 (30%)	40 (16%)	25 (10%)	15 (%6)
المشـــاركة في الحوار تجاه عمليات الاصحاح البيئي	110 (44%)	75 (30%)	35 (14%)	20 (8%)	10 (4%)
أتابع صفحات إنسانية ومجتمعية	90 (36%)	60 (24%)	50 (20%)	30 (12%)	20 (8%)
أتابع مبادرات تطوعية عبرها	80 (32%)	55 (22%)	55 (22%)	35 (14%)	25 (10%)

تُظهر النتائج أسـباب اتجاه افراد العينة نحو شـبكات التواصـل الاجتماعي في تناولها لقضـايا وموضـوعات العمل التطوعي المجتمعي وإمكانية توجيه مختلف الفئات العمرية نحو العمل الجماعي التطوعي وجاءت المبررات على النحو التالي: تصـدر السبب الرئيس المشاركة في الحوار تجاه عمليات الاصحاح البيئي بنسبة مرتفعة ما بين موافق وموافق بشدة بلغت (76%) تليها

https://journal.aju.edu.ly
https://orcid.org/0009-0001-5066-998X

https://doi.org/10.5281/zenodo.20028424

في الترتيب الثاني ما بين المحايد والمعارض بشــدة انها تدعوا الى أهمية العمل التطوعي بنســبة بلغت (46%)، مما يؤشر الى ارتفاع مستوى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي واعتماد الشباب عليها كمصدر رئيسي للمعلومات.

المحور الثاني: دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بالعمل التطوعي

العبارة	أوافق	أوافق بشدة	محايد	أعارض	أعارض بشدة
التعريف بالعمل التطوعي	100 (40%)	75 (30%)	40 (16%)	20 (8%)	15 (6%)
نشر ثقافة العمل التطوعي والاندماج فيه	95 (38%)	65 (26%)	45 (18%)	25 (10%)	20 (8%)
زيادة الوعي بأهمية التطوعي	90 (36%)	65 (26%)	50 (20%)	30 (12%)	15 (6%)
التشجيع على خدمة المجتمع بشكل ذاتي	95 (38%)	60 (24%)	50 (20%)	25 (10%)	20 (8%)
نشر ثقافة احترام الاعمال التطوعية	90 (36%)	60 (24%)	45 (18%)	30 (12%)	25 (10%)

تشير النتائج إلى نوع المواضيع التي تقدم من خلال شبكات التواصل في نشر الوعي التطوعي، ومعالجتها لقضايا الاصحاح البيئي بما يعكس الانخراط الإيجابي نحو العمل التطوعي الذاتي وجاءت إجابات المبحوثين نحو المواضيع ذات العلاقة بالعمل التطوعي على النحو التالي: جاءت اراء المبحوثين على أهمية العمل التطوعي بمختلف العبارات بشــكل إيجابي مرتفع حيث بلغت الآراء بالموافق والموافق بشـدة ومحايد نسـبة عالية في مجملها تجاوز (86%) بينما جاءت أراء عينة الدراسـة في اطار اعارض واعارض بشدة بنسب منخفضة مقارنة بالاتجاه الإيجابي بلغت ما نسبته (22%) ويرجع ذلك الى الحالة المجتمعية التي يعيشها الافراد في وسط ربما تردي الخدمات المؤسسة تجاه كل ما من شأنه يحرك الجانب الإنساني في خدمه البيئة المحيطة به ولا يعول كثيراً على خدمات المؤســســات العامة ذات العلاقة وهذا يعكس التأثير الإيجابي في تعزيز الجانب التطوعي لدى الشباب.

المحور الثالث: يوضح تأثير المواضيع على المبحوثين في اتخاذ مواقف معينة

العبارة	أوافق	أوافق بشدة	محايد	أعارض	أعارض بشدة

https://journal.aju.edu.ly
https://orcid.org/0009-0001-5066-998X



https://doi.org/10.5281/zenodo.20028424

تشجعني على المشاركة التطوعية	85 (34%)	55 (22%)	60 (24%)	30 (12%)	20 (8%)
تساعدني في إيجاد فرص تطوعية	80 (32%)	55 (22%)	55 (22%)	35 (14%)	25 (10%)
المحتوى يحفزني على الانضمام	85 (34%)	55 (22%)	60 (24%)	30 (12%)	20 (8%)
تسهل التواصل مع الجهات التطوعية	80 (32%)	55 (22%)	55 (22%)	35 (14%)	25 (10%)
تزيد رغبتي في التطوع	85 (34%)	55 (22%)	60 (24%)	30 (12%)	20 (8%)

تُظهر نتائج التأثيرات المعرفية لحملات التوعية بالمشـــــاركة التطوعية قد أدت في البعد المعرفي الى الفهم الجيد وبدرجة كبيرة لأســــاليب الوقاية من مخاطر التلوث البيئي لدي المبحوثين حيث يتبين من خلال الإجابات ان القضـــــايا محل العرض والنقاش والتفاعل جاء له دور في مستوى التأثير الإيجابي في تحفيز الشـباب، حيث تتوزع الاستجابات بين الموافقة والحياد، مما يشـير إلى أن التحفيز موجود كما تشير النتائج الى البعد الوجداني للمبحوثين فقد أسهمت المواضيع محل الاهتمام الى حد ما في ترسيخ مبدا المشاركة الاجتماعية في التوعية الصحية وزيادة الرغبة في الانخراط في العمل التطوعي والالتزام بها اجتماعيا.

المحور الرابع: الاثار الإيجابية للقضايا ذات طابع المشاركة التطوعية

العبارة	أوافق	أوافق بشدة	محايد	أعارض	أعارض بشدة
شاركت فعليًا بسبب المحتوى	60 (24%)	40 (16%)	70 (28%)	50 (20%)	30 (12%)
حولت اهتمامي إلى ممارسة	65 (26%)	40 (16%)	65 (26%)	45 (18%)	35 (14%)
التفاعل يزيد المشاركة الواقعية	60 (24%)	40 (16%)	70 (28%)	50 (20%)	30 (12%)
الشبكات تحفز التطبيق العملي	65 (26%)	40 (16%)	65 (26%)	45 (18%)	35 (14%)
لها تأثير مباشر في المشاركة	60 (24%)	40 (16%)	70 (28%)	50 (20%)	30 (12%)

تشير النتائج إلى ضـعف نسبي في الاثار الإيجابية للمشـاركة التطوعية وتحويل الوعي إلى ممارسـة فعلية، حيث ارتفعت نسـب الحياد والمعارضـة بنوعيها مقارنة بباقي المحاور بنسبة بلغت (60%)، مما يدل على وجود فجوة بين التفاعل الرقمي والسلوك الواقعي، ورغم اختلاف الاتجاهات نحو ضـــعف مســتوى المشـــاركة والتفاعل المجتمعي ومســتوى التأثير في البيئة المحيطة

https://journal.aju.edu.ly
https://orcid.org/0009-0001-5066-998X



https://doi.org/10.5281/zenodo.20028424

بالمجتمع فان تحليل الراي العام يدل على ان العمل التطوعي وما ينشـــاء عنه من تفاعل وتأثير في حياة الافراد والمجتمع من علاقات اجتماعية الا انها تبقى مرفوضـــة من قبل افراد المجتمع المحدود لأنها تتعارض وعادات وقيم المجتمع المتضامن في كل ما يعنيه من قيم مجتمعية.

المحور الخامس: المعوقات

العبارة	أوافق	أوافق بشدة	محايد	أعارض	أعارض بشدة
المحتوى يفتقر للمصداقية	90 (36%)	70 (28%)	45 (18%)	25 (10%)	20 (8%)
يغلب عليه الطابع الترفيهي	95 (38%)	80 (32%)	40 (16%)	20 (8%)	15 (6%)
ضعف التنظيم يقلل الفاعلية	95 (38%)	65 (26%)	45 (18%)	25 (10%)	20 (8%)
يكتفي البعض بالتفاعل فقط	95 (38%)	80 (32%)	40 (16%)	20 (8%)	15 (6%)
غياب التوجيه المؤسسي	90 (36%)	70 (28%)	45 (18%)	25 (10%)	20 (8%)

تُظهر النتائج وجود معوقات واضحة، حيث تجاوزت نسب الموافقة 65%، خاصة فيما يتعلق بسطحية التفاعل وضعف التنظيم، مما يحدّ من فاعلية شبكات التواصل في تعزيز العمل التطوعي.

النتائج

https://journal.aju.edu.ly
https://orcid.org/0009-0001-5066-998X

1. أظهرت الدراسة ارتفاعًا ملحوظًا في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الشباب، حيث يستخدمها معظم المشاركين يوميًا ولساعات طويلة.
2. تعد وسائل التواصل الاجتماعي مصدرًا مهمًا للمعلومات لدى الشباب، خاصة في متابعة القضايا المجتمعية والمبادرات التطوعية.
3. أسهمت هذه الوسائل في رفع مستوى الوعي بالعمل التطوعي وتعريف الشباب بمفهومه وأهميته.
4. كان تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب على المشاركة التطوعية متوسطًا، إذ أبدى بعضهم اتجاهًا إيجابيًا، بينما ظل آخرون على الحياد.
5. توجد فجوة بين الوعي والممارسة؛ فارتفاع الوعي لا يعني بالضرورة ارتفاع مستوى المشاركة الفعلية.
6. لا يترجم التفاعل الرقمي دائمًا إلى عمل تطوعي واقعي، إذ يكتفي بعض الشباب بالإعجاب أو المشاركة الافتراضية.
7. من أبرز المعوقات ضعف مصداقية بعض المحتوى، وهيمنة الطابع الترفيهي، وغياب التنظيم والتوجيه المؤسسي.
8. يُعد فيسبوك المنصة الأكثر استخدامًا بين العينة، مما يجعله أداة مهمة لنشر ثقافة التطوع في المجتمع الليبي.

التوصيات

1. ضرورة أن تستخدم المؤسسات الرسمية ومنظمات المجتمع المدني شبكات التواصل الاجتماعي بصورة منظمة ومدروسة لتعزيز ثقافة التطوع.
2. تطوير حملات توعية رقمية موجهة للشباب، مع التركيز على تحويل الوعي إلى سلوك عملي من خلال تقديم نماذج وتجارب ناجحة.
3. تعزيز دور المؤسسات التعليمية في تشجيع الطلاب على الانخراط في العمل التطوعي وربط الأنشطة التعليمية بالمبادرات المجتمعية.
4. إنشاء منصات إلكترونية أو صفحات رسمية متخصصة لتنظيم العمل التطوعي وتسهيل وصول الشباب إلى الفرص المتاحة.
5. الحد من المحتوى غير الموثوق، وتعزيز مصداقية المعلومات المتعلقة بالتطوع على شبكات التواصل الاجتماعي.
6. تشجيع الشباب على الانتقال من التفاعل الرقمي إلى المشاركة الواقعية من خلال توفير فرص تطوعية حقيقية.
7. دعم مبادرات الشباب وتهيئة بيئة محفزة لزيادة مشاركتهم في العمل التطوعي.
8. إجراء مزيد من الدراسات الميدانية في السياق الليبي حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في القضايا المجتمعية.

الخاتمة

https://orcid.org/0009-0001-5066-998X



https://doi.org/10.5281/zenodo.20028424

تناولت هذه الدراسة دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز مفهوم العمل التطوعي لدى الشباب من خلال دراسة ميدانية أُجريت على عينة من شباب طرابلس. وسعت إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين استخدام هذه الشبكات ومستوى الوعي والممارسة في المجال التطوعي، في ظل التحولات الرقمية المتسارعة.

وقد أظهرت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي تمثل أداة فعالة في رفع مستوى الوعي بالعمل التطوعي وتعزيز قيمه بين الشباب، إذ تساعد في التعريف بالمبادرات المجتمعية وتحفيز الاهتمام بالقضايا الإنسانية. كما بينت أن هذه المنصات أصبحت جزءًا أساسيًا من حياة الشباب، ما يمنحها قدرة كبيرة على التأثير في مواقفهم وسلوكياتهم.

ومع ذلك، كشفت الدراسة عن فجوة واضحة بين الوعي والممارسة الفعلية، إذ لا ينعكس التأثير الرقمي دائمًا في المشاركة التطوعية الميدانية، بسبب عدة عوائق أبرزها ضعف التنظيم المؤسسي، وهيمنة المحتوى الترفيهي، ومحدودية الفرص المتاحة. ومن ثم فإن فاعلية هذه الشبكات تظل مرهونة بحسن توظيفها بصورة منظمة تربط بين الوعي الرقمي والتطبيق العملي.

المراجع:

1. الدفاعي، عبد الله بن محمد.(2024) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بالعمل التطوعي لدى الشباب . مجلة البحوث الإنسانية والاجتماعية.
2. حمايدية، قاسم.(2015) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي: دراسة وصفية تحليلية .جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر.
3. حمادة، عفراء عباس؛ الخفاجي، حاكم جبوري.(2019) شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها في تعزيز الترويج للعمل التطوعي بين الشباب الجامعي .جامعة الكوفة، العراق.
4. كندة، سلمى(2018) التسويق الاجتماعي للعمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي: قراءة في صفحات الفيسبوك لبعض الجمعيات الخيرية الجزائرية .جامعة سطيف 2، الجزائر.
5. عابد، محمد.(2022) تأثير الإعلام الجديد في تحسين العمل التطوعي لدى الشباب: دراسة ميدانية .جامعة قسنطينة 3، الجزائر.
6. مجلة المجتمع الإعلامي العربي(2018) دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم العمل التطوعي لدى الشباب الجامعي في أوقات الأزمات والكوارث.
7. دراسة.(2023) دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم العمل التطوعي لدى الشباب .مجلة العلوم الاجتماعية.
8. بركات، وجدي محمد.(2005) تفعيل الجمعيات الخيرية التطوعية في ضوء سياسات الإصلاح الاجتماعي بالمجتمع العربي .بيروت: دار الفكر.
9. الحارثي، فهد بن محمد (2019) العمل التطوعي الرقمي في الجامعات السعودية: دراسة تحليلية .مجلة جامعة أم القرى للعلوم التربوية والنفسية.
10. لبيض، مفتاح؛ غربي، صباح(2024) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي: دراسة ميدانية على جمعية شباب الخير.
11. الود، محمد(2021) العمل التطوعي لدى الشباب عبر شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية .جامعة باتنة، الجزائر.
12. دراسة(2015) دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز العمل التطوعي لدى الشباب الجزائري.
13. دراسة.(2022) مشاركة الشباب الجامعي في العمل التطوعي عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

https://journal.aju.edu.ly
https://orcid.org/0009-0001-5066-998X